

PELUANG USAHA INDUSTRI KREATIF

Rina Rachmawati
Teknologi Jasa Dan Produksi FT UNNES

ABSTRAK

Pengangguran di Indonesia dalam kurun waktu 2000-2007 meningkat menjadi 10,04%. Bahkan tahun 2008 tercatat sebanyak 10,01 juta orang Indonesia sebagai pengangguran. Ditambah lagi dengan data yang menyatakan sekitar 600 hingga 700 ribu lulusan perguruan tinggi belum mendapatkan pekerjaan. Hal ini sangat mengkhawatirkan, karena masalah pengangguran berdampak memperlemah perekonomian Indonesia. Salah satu solusi untuk mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan ekonomi Indonesia adalah dengan menciptakan industri-industri mandiri. Industri yang sedang populer adalah industri kreatif. Industri kreatif menjadi populer karena dukungan pemerintah yang mulai tahun 2009 ditetapkan sebagai tahun industri kreatif. Industri kreatif meliputi 15 sektor kreatif, yaitu periklanan, seni rupa, desain, film, seni pertunjukan, riset dan pengembangan, TV dan radio, video game, arsitektur, kerajinan, mode (fashion), musik, penerbitan, software, serta games. Industri kreatif mampu menaikkan produk domestik bruto (PDB) nasional secara signifikan. Setiap tahunnya, industri ini tumbuh sebesar 15%. Dari data statistik sepanjang tahun 2006, industri ini telah menyumbang 33,5% dari PDB. Angka ini setara dengan USD 77 miliar atau Rp 693 triliun dengan kurs Rp 9.000,00. Dan mampu menyerap 5,4 juta tenaga kerja yang tersebar di 22 juta perusahaan di seluruh Tanah Air. Selain itu, industri kreatif mampu menyumbang PDB (produk domestik bruto) Rp 104,6 triliun atau 6,3% dari total PDB Nasional.

Dukungan untuk memajukan industri kreatif Indonesia adalah dari akademisi, pemerintah dan masyarakat. Akademisi dapat mendukung berkembangnya industri kreatif dengan melakukan pembelajaran yang mengasah kreatifitas siswa, dan membekalinya dengan kemampuan dan pengetahuan kewirausahaan (entrepreneurship). Pemerintah meluncurkan program Indonesian Design Power (IDP) dan program pendukung untuk meningkatkan daya saing produk-produk Indonesia di pasar domestik maupun ekspor. Pemerintah juga mendukung dengan meluncurkan produk salah satu permodalan yakni permodalan ventura serta penggunaan dana corporate social responsibility (CSR) BUMN, dan didukung oleh Departemen Perdagangan dan kementerian lainnya.

Industri kreatif akan berkembang dengan baik dan sukses jika didukung oleh 3 aspek, antara lain: inovasi, kreatifitas dan wirausaha.

Key word : industri kreatif, inovasi, kreatifitas kawula muda, wirausaha

PENDAHULUAN

Tingkat pengangguran di Indonesia cukup tinggi. Rentang tahun 2000-2006 tingkat pengangguran di sebagian besar negara ASEAN stabil

bahkan menurun, sebaliknya Indonesia malah naik dari 6 persen menjadi 10,4 persen. Laporan PBB Mei 2007 menyebutkan tingkat pengangguran di Indonesia tertinggi di

antara negara-negara ASEAN. Data dari BPS mencatat bahwa sebanyak 10,01 juta orang Indonesia tercatat sebagai pengangguran. Ditambah lagi dengan data yang menyatakan sekitar 600 hingga 700 ribu lulusan perguruan tinggi belum mendapatkan pekerjaan. Semakin tingginya tingkat pengangguran di Indonesia menyebabkan semakin kompleks masalah sosial ekonomi di masyarakat. Oleh karena itu pengangguran harus disiasati supaya menurun jumlahnya dari tahun ketahun.

Salah satu cara untuk mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia adalah dengan mengembangkan wirausaha. Berdasarkan data BPS tahun 2008, wirausaha di Indonesia baru sekitar 0,18 persen. Angka ini jauh dari harapan sejahtera. Di negara-negara maju tingkat wirausahanya sangat tinggi. Seperti negara Amerika Serikat yang terdapat 11 persen wirausaha dari jumlah penduduk, dan di Singapura ada sekitar 7 persen.

Salah satu sifat dari wirausaha adalah kreatif dan inovatif. Dewasa ini berkembang bisnis yang menawarkan keunikan, kreativitas dan inovasi, yang sering disebut sebagai bisnis kreatif. Bisnis kreatif menjadi hal yang banyak diperbincangkan akhir-akhir ini. Bisnis kreatif bersama UMKM diperkirakan dan diharapkan dapat menjadi penopang ekonomi negara dalam menyikapi krisis global yang melanda dunia. Alternatif baru untuk mendongkrak pertumbuhan ekonomi 2009 dan mengurangi pengangguran adalah bisnis industri kreatif. Tantangan bangsa Indonesia akibat krisis tersebut, telah membuka peluang bagi industri kreatif atau ekonomi kreatif untuk mengembangkan potensi yang ada. Potensi industri kreatif harus bangkit

meraih peluang, sehingga menjadi sumber kekuatan ekonomi baru setelah terpaan krisis menghantui bidang pertanian, industri manufaktur, dan pertambangan. Bisnis kreatif tentunya membutuhkan ide-ide kreatif, serta orang-orang yang kompeten dalam menjalankan Bisnis Kreatif ini.

Industri kreatif, menjadi harapan yang teruji akan kemampuannya dalam bertahan hidup dari terpaan krisis finansial global. Ketika industri padat modal dilanda krisis, maka industri kreatif menjadi solusi penyangga perekonomian nasional, karena produk yang dihasilkan pada sektor ini tidak bergantung 100 persen *market konvensional*, seperti Amerika Serikat, Eropa, maupun Jepang. Selain itu, industri kreatif merupakan satu dari tiga sektor yang mendorong pertumbuhan perekonomian ketika ekonomi dunia melambat. Dua sektor lainnya yaitu, pariwisata dan tenaga kerja yang handal, terampil, dan berbudaya. Maka dengan sendirinya, industri kreatif mau tidak mau menjadi *leading sector* yang konstruktif dalam memberikan kontribusi devisa. Terbukti dari perannya yang enam persen terhadap PDB dan sektor industri kreatiflah yang berjalan dengan benar.

Kategori industri kreatif ini mengacu pada buku *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas* karya John Howkins. Sementara Departemen Perdagangan sendiri mendaftarkan 15 sektor ekonomi kreatif, yaitu periklanan, seni rupa, desain, film, seni pertunjukan, riset dan pengembangan, TV dan radio, video game, arsitektur, kerajinan, mode (fashion), musik, penerbitan, software, serta games.

Dewasa ini industri ekonomi kreatif Indonesia telah mampu menyumbang produk domestik bruto

(PDB) nasional secara signifikan. Setiap tahunnya, industri ini tumbuh sebesar 15%. Dari data statistik sepanjang tahun 2006, industri ini telah menyumbang 33,5% dari PDB. Angka ini setara dengan USD 77 miliar atau Rp 693 triliun dengan kurs Rp 9.000,00. Pada sektor manufaktur yang terkait dengan industri ekonomi kreatif di Indonesia tahun 2005 bisa menyumbang Rp 915 triliun. PDB dari sektor ini lebih besar enam kali lipat dari minyak dan gas bumi. Pemerintah menargetkan industri kreatif Indonesia tumbuh 6,3 persen pada 2009 serta penciptaan lapangan kerja baru untuk 5,4 juta orang (5,9 persen), dan pengurangan kemiskinan.

PEMBAHASAN

Pengertian Industri Kreatif

Kreativitas adalah proses pemaknaan terhadap sesuatu, sehingga sesuatu menjadi bermakna karena sentuhan kreativitas. Sifat dasar kreativitas, ia selalu membuat daya tertarik dan menyentuh ambang rasa sehingga kemudian terhayati pesan yang ingin disampaikan (apresiatif). Itulah sebabnya, kreativitas sangat kental dengan dunia seni, karena seni selalu dilekati oleh sifat rasa. Dan industri kreatif tidak lain dari upaya untuk memberikan nilai apresiasi terhadap sesuatu, yang sesuatu itu mungkin berupa benda, aturan, situasi, pengetahuan, falsafah, ideologi, dan sebagainya yang sekiranya untuk dipermaklumkan.

Berdasarkan referensi dari luar negeri, industri kreatif adalah *Creatives Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property.*

Sedangkan secara umum dikatakan bahwa industri kreatif adalah sistem kegiatan manusia secara kelompok atau individu yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi barang dan jasa yang bernilai kultural, artistik, estetika, intelektual, dan emosional bagi para pelanggan di pasar. Pada dasarnya, pertumbuhan industri kreatif didorong oleh kapitalisasi kreativitas dan inovasi dalam menghasilkan produk atau jasa dengan kandungan kreatif. Intinya, kandungan kreatif yang tinggi terhadap masukan dan keluaran aktivitas ekonomi ini. Istilah industri kreatif memang masih relatif baru. Maka, tak heran kalau pengertiannya belum didefinisikan secara jelas.

Industri Kreatif Indonesia

Dunia kini tengah memasuki era industri gelombang keempat, yaitu industri ekonomi kreatif (*creative economic industry*). Para pelakunya berani mengklaim kalau usaha industri ekonomi kreatif adalah industri masa depan alias *fourth wave industry* (industri gelombang keempat). Industri ekonomi kreatif telah mampu mengikat pasar dunia dengan jutaan kreativitas dan persepsi yang dapat dijual secara global.

Indonesia memiliki potensi kekayaan seni budaya yang beragam sebagai fondasi tumbuhnya industri kreatif. Keragaman budaya itu sendiri sebagai bahan baku industri kreatif, munculnya aneka ragam kerajinan dan berbagai produk Indonesia, memunculkan juga berbagai bakat (talent) dari masyarakat Indonesia di bidang industri kreatif.

Menurut Menteri Perdagangan, industri kreatif di Tanah Air menyumbang 6,3 persen dari total PDB Nasional dan memberikan kontribusi 10 persen dari total ekspor.

Angka ini lebih tinggi bila dibandingkan dengan Singapura yang hanya 2,8 persen atau Inggris (7,9%). Kinerja yang bagus tersebut dihasilkan oleh kreatifitas yang tidak hanya berbasis pada seni atau artistic tetapi juga ilmu pengetahuan dan *engineering*. Industri kreatif berdasarkan data Departemen Perdagangan mampu menyerap 5,4 juta tenaga kerja yang tersebar di 22 juta perusahaan di seluruh Tanah Air. Selain itu, industri kreatif mampu menyumbang PDB (produk domestik bruto) Rp 104,6 triliun atau 6,3% dari total PDB Nasional.

Peran pemerintah dalam pengembangan industri kreatif di Indonesia bisa digolongkan besar. Tahun 2009 pemerintah mencanangkan sebagai tahun industri kreatif. Pemerintah mulai memperkenalkan cetak biru industri ekonomi kreatif melalui Konvensi Pekan Produk Budaya Indonesia 2008. Pemerintah mencanangkan tahun 2009 menjadi implementasi penetapan "Tahun Indonesia Kreatif 2009" yang mengusung pelaksanaan cetak biru dari pengembangan industri kreatif atau ekonomi kreatif 2009-2025.

Dalam mengembangkan industri kreatif ini, pemerintah telah membuat kebijakan dan memberi kemudahan bagi para pelaku industri kreatif untuk mengembangkan usahanya, terutama aksesibilitas permodalan. Keseriusan pemerintah terhadap industri kreatif ini, telah dibuktikan dengan adanya peluncuran program *Indonesian Design Power* (IDP) dan program pendukung lain untuk meningkatkan daya saing produk-produk Indonesia di pasar domestik maupun ekspor. Melalui industri kreatif inilah, pemerintah terus mencari upaya pengembangan akses pasar ekspor, baik ekspor jasa maupun produk.

Untuk menumbuhkembangkan industri kreatif, maka pemerintah menyadari bahwa untuk mengembangkan industri kreatif tidak bisa hanya dengan mengandalkan pendanaan dari perbankan. Namun, perlu pendanaan khusus yang difasilitasi oleh pemerintah dan salah satu penyandang permodalan lainnya. Hal yang memungkinkan dilakukan yaitu dengan permodalan ventura serta penggunaan dana *corporate social responsibility* (CSR) BUMN, dan adanya dukungan dari Departemen Perdagangan dan kementerian lainnya. Hal ini bertujuan untuk merancang pengembangan industri kreatif guna memacu pertumbuhan dan daya kreatif industri kreatif. Sehingga tujuan akhirnya adalah industri kreatif semakin maju dan berkembang serta mampu menopang perekonomian Indonesia.

Peran Wirausahawan Muda dalam Industri Kreatif

Landasan industri kreatif adalah sumber daya manusia (*People*) Indonesia yang merupakan elemen terpenting dalam industri kreatif. Sumber daya manusia (*people*) adalah peran sentral dibandingkan faktor-faktor produksi lainnya. Aktor utama penggerak lahirnya kreativitas, ide, ilmu pengetahuan dan teknologi yang vital bagi tumbuhnya industri kreatif adalah Cendekiawan (*Intellectuals*), Bisnis (*Business*) dan Pemerintah (*Government*) yang disebut sebagai sistem *triple helix*. Hubungan yang erat, saling menunjang dan bersimbiosis mutualisma antara ketiga elemen tersebut dalam kaitannya dengan landasan dan pilar-pilar model industri kreatif akan menghasilkan industri kreatif yang berdiri kokoh dan berkesinambungan.

Wirausahawan muda merupakan pendukung industri kreatif yang digalakkan pemerintah dalam rangka meningkatkan ekspor produk-produk Indonesia. Deputi Kewirausahaan dan Industri Kementerian Pemuda dan Olahraga Sudrajat Rasyid mengatakan wirausahawan muda lebih kreatif untuk mengembangkan terobosan dan pemikiran serta kreativitasnya untuk mengembangkan produk usahanya. Tahun Indonesia Kreatif yang dicanangkan pada tahun 2009 merupakan momentum kebangkitan usahawan muda, yang dengan kreativitas, pemikiran, dan terobosan barunya pasti dapat bersaing dengan produk luar negeri.

Industri kreatif dapat menjadi penopang perekonomian karena dapat menjadi peluang ekspor dan pembukaan lapangan kerja. Dan kreativitas wirausahawan muda ditunjukkan dengan produk-produk yang berbasis budaya. Hal ini mengingat potensi Indonesia yang tidak hanya kaya dari sumber daya alam tetapi juga dari keanekaragaman budaya.

Dunia kreatif merupakan dunia yang digandrungi kaum muda. Dunia kaum muda cenderung dekat dengan dunia kreatif. Fenomena sekarang, dunia kreatif tidak hanya sebagai sarana penyaluran idealisme saja, saat ini dunia kreatif pun mampu mendulang rupiah yang tidak sedikit dengan menceburkan diri ke dalam bentuk-bentuk industri baru. Kreativitas anak muda dapat dipupuk menjadi peluang usaha dengan sentuhan jiwa *entrepreneur*. Dukungan dunia pendidikan juga sangat diperlukan untuk mengasah kreatifitas anak muda. Sistem pengajaran di bangku sekolah tidak hanya bertujuan untuk mengasah kreatifitas saja, tetapi diharapkan juga mampu membentuk

jiwa *entrepreneurship* dalam pribadi anak muda Indonesia. Dengan kreatifitas yang dimiliki oleh anak muda dan didukung dengan sentuhan jiwa kewirausahaan, maka diharapkan akan terwujud industri-industri kreatif yang digawangi oleh kawula muda.

Dikota-kota besar di Indonesia banyak terdapat industri kreatif yang digawangi oleh anak muda. Contoh kreativitas anak muda yang diwujudkan juga dalam industri kreatif komersil adalah semakin banyaknya distro-distro yang bermunculan di kota-kota besar, seperti Bandung, Jakarta dan Yogyakarta. Bermunculan pula butik-butik batik dan tenun modifikasi dengan sentuhan kreatifitas anak muda, sehingga dewasa ini batik dan tenun mulai digemari juga oleh anak-anak muda dan lebih merakyat. Pun juga di bidang makanan, semakin banyaknya warung-warung tenda, cafe, rumah makan yang digawangi anak muda dengan dukungan kreatifitasnya yang merupakan ciri khas anak muda. Kreatifitas selain berhubungan dengan seni juga daya tanggap terhadap permintaan pasar dan trend pasar. Dua hal tersebut, kreatifitas seni dan jiwa *entrepreneur*, jika dibina berbarengan maka akan menghasilkan industri-industri kreatif yang maju dan modern dengan dukungan anak-anak muda yang potensial.

Dukungan dunia pendidikan dalam pengembangan industri kreatif antara lain adalah dengan pengembangan mental kewirausahaan. Seorang wirausahawan (*entrepreneur*) harus berpola pikir kreatif. Kewirausahaan diajarkan untuk mendapatkan hasil yang meliputi hasil *hardskill* dan *softskill*. Penilaian *hardskill* termasuk penilaian terhadap penerapan dan penggunaan ilmu-ilmu yang ada dan telah dimiliki sebelumnya, antara lain

tentang keuangan, pemasaran, dan bisnis. Termasuk pula penilaian terhadap pengembangan dan inovasi produk beserta prosesnya yang mengikuti pola *continuous improvement*. Sedangkan penilaian terhadap *softskill* termasuk penilaian leadership, teamwork, keterampilan komunikasi termasuk keahlian dalam bernegosiasi dan persuasif, sifat asertif, serta sikap yang baik (*good attitude*).

Dukungan dari pihak luar untuk memajukan industri kreatif Indonesia juga dibutuhkan. Dukungan dari pihak luar yang sudah ada antara lain dukungan dari British Council yang memberikan apresiasi pada dunia kreatif dengan menggelar program *The Young International Young Creative Entrepreneur (IYCE)*. Kegiatan yang diselenggarakan tiap tahun ini bertujuan untuk melahirkan anak muda-anak muda yang mempunyai kreativitas tinggi yang mampu mewujudkan kreativitasnya dalam sebuah industri usaha kreatif.

Mengembangkan Peluang Usaha Industri Kreatif

Bangsa Indonesia memiliki warisan kekayaan kreatif dari nenek moyang kita. Dengan kesempatan dan modal yang dipunyai bangsa Indonesia, maka diharapkan bangsa Indonesia sudah unggul dari segi kreativitas, inovasi, dan kewirausahaan. Adapun hal yang mendukung industri kreatif antara lain:

1. Inovasi, inovasi merupakan proses menemukan atau mengimplementasikan sesuatu yang baru ke dalam situasi yang baru. Dalam industri kreatif inovasi memegang peranan penting.
2. Kreativitas, kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun

karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Sementara kreatif, menghadirkan sesuatu benda atau hal yang sebelumnya sama sekali belum ada untuk dipergunakan. Ide yang kreatif dikaitkan dengan ide yang baru paling. Ide kreatif ini dapat melibatkan sebuah usaha penggabungan dua hal atau lebih ide-ide secara langsung.

3. Wirausaha, yakni kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat dan mengambil keuntungan dalam rangka meraih sukses. Wirausaha pada hakikatnya adalah sifat, ciri, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif.

Kekuatan industri kreatif ada pada R&D dan komersialisasi (*marketing*). Langkah-langkah strategi pengembangan yang bersifat pasti, untuk mengembangkan industri kreatif di tanah air ada beberapa strategi atau langkah-langkah terobosan yang harus dilakukan, antara lain:

1. membuat sinergi antara pemerintah pusat dan daerah, para pelaku industri kreatif, kalangan akademisi, serta berbagai pihak terkait dalam sebuah *blue print* pengembangan industri kreatif di Indonesia.
2. mengencarkan sosialisasi ekonomi kreatif atau industri kreatif kepada masyarakat, baik lewat media cetak, elektronik maupun online, serta penyelenggaraan seminar dan penerbitan buku-buku yang mempublikasikan soal pentingnya pengembangan ekonomi kreatif bagi masa depan ekonomi nasional.

3. meningkatkan kemampuan sumberdaya manusia (SDM) dan manajerial pelaku bisnis di bidang industri kreatif dengan terus-menerus memberikan pembinaan, pelatihan dan pendampingan langsung, sehingga akan tercipta pelaku bisnis industri kreatif yang memiliki jiwa *entrepreneurship* yang tangguh dan jeli membaca peluang pasar.
4. memfasilitasi pelaku bisnis industri kreatif dengan berbagai kemudahan akses pembiayaan usaha, baik perbankan maupun non-perbankan. Mereka juga perlu distimulasi dengan subsidi bunga perbankan dan berbagai bentuk insentif lainnya agar bergairah dan bersemangat menggeluti sektor industri kreatif.
5. pemerintah bersama DPR perlu membuat regulasi atau mulai memikirkan penerbitan Rancangan Undang-Undang (RUU) mengenai ekonomi atau industri kreatif. Karena hal itu akan menjadi payung hukum dan *guidline* bagi pengembangan ekonomi atau industri kreatif ke depan di Indonesia.

Langkah berikutnya adalah pemerintah menyiapkan SDM di industri kreatif dalam bentuk fasilitasi program kurikulum, perbaikan dan pengembangan sarana penunjang di beberapa sekolah yang sudah berbasis pada pengembangan industri kreatif seperti di beberapa sekolah SMK, PLS atau SKB Sanggar Kegiatan Belajar. Menghidupkan kembali semangat berkesenian dikalangan anak-anak, remaja pada kegiatan ekstrakurikuler yang lebih terprogram dan terarah. Serta memasukkan mata pelajaran kewirausahaan mulai dari sekolah tingkat dasar sampai perguruan tinggi. Dukungan pemerintah, dukungan

pihak-pihak terkait dan kesadaran masyarakat, jika berjalan sinergi maka akan terwujud industri-industri kreatif di Indonesia.

Supaya Industri kreatif di Indonesia dapat kompetitif, ada beberapa syarat yang harus terpenuhi. Pertama, tidak menganggap industri ekonomi kreatif identik dengan kerjaan seniman. Kedua, mengembangkan ide-ide kreatif yang orisinal dari dalam diri tanpa harus merisaukan kondisi persaingan global. Ketiga, adanya dukungan pemerintah dalam memberikan dukungan pengembangan industri ekonomi kreatif. Untuk ukuran Asia, pemerintah Uni Emirat Arab bisa jadi contoh. Mereka mempromosikan potensi pariwisata, jasa, dan investasinya dengan dukungan besar dari pelaku industri ekonomi kreatif yang berhasil memasarkan dan menjual citra serta persepsi negara itu kepada dunia. Terlebih, Indonesia mempunyai peluang besar di sektor ini, selain *culture resource* dan *agro resource* juga volume industri kreatif di Indonesia mencapai sekitar Rp 80 triliun per tahun. Kewajiban pemerintah untuk mendorong potensi industri kreatif ini dijadikan *cross culture creativity* atau kreativitas antarbudaya, yang bertujuan untuk memunculkan kreativitas-kreativitas baru dari persinggungan budaya antardaerah di berbagai pelosok Indonesia.

Terdapat lima pilar industri kreatif yang dibutuhkan untuk menghasilkan output bagi pembangunan nasional, yaitu Industri yang merupakan bagian dari kegiatan manusia yang terkait dengan produksi, distribusi, pertukaran serta konsumsi produk atau jasa dari sebuah negara atau area tertentu. Dalam kaitan dengan pembinaan tersebut, sedikitnya ada tiga langkah penting yang harus dikedepankan untuk dapat

mengakselerasi pengembangan sumber daya manusia kreatif di tanah air, sebagai berikut:

1. aspek individu, yaitu adanya upaya untuk semakin meningkatkan kapasitas pengetahuan masyarakat melalui berbagai program pendidikan dan pelatihan serta perluasan aksesibilitas pada berbagai program pendidikan dan pelatihan tersebut. Dengan cara ini maka diharapkan kapasitas pengetahuan masyarakat akan meningkat dan memperbesar potensinya untuk pengembangan daya kreatifitas dan inovasinya.
2. aspek koordinasi. Yang dimaksud dengan aspek koordinasi di sini adalah terus memperbaiki koordinasi dan hubungan kerja antara kelembagaan produksi pengetahuan (dalam hal ini perguruan tinggi) dan kelembagaan pengguna pengetahuan (khususnya industri). Dengan mendorong koordinasi antara keduanya, maka akan terbina kerjasama yang intensif dan akan mengakselerasi pengembangan daya kreatifitas dan inovasi di kedua kelembagaan tersebut.
3. aspek kelembagaan. Ada dua hal penting di sini, yang pertama adalah keberadaan Kelembagaan Perlindungan Hak Cipta dan Hak Intelektual bagi para pencipta dan penemu, serta kemudahan akses bagi para pencipta dan penemu tersebut untuk memperoleh hak-haknya dan yang kedua adalah pranata keuangan yang memberikan akses modal awal (*start up capital*) kepada para pencipta dan penemu yang berminat untuk mengkomersialisasikan penemuannya. Kedua hal di atas, sangat diperlukan, selain untuk

memberikan motivasi yang lebih tinggi di kalangan para pencipta (*innovator*), juga akan membangkitkan budaya baru di kalangan masyarakat yaitu, budaya wirausaha (*entrepreneurship*) sebuah budaya yang sangat relevan dengan keberadaan ekonomi kreatif. Mentalitas kewirausahaan itulah yang nantinya akan semakin mendorong pengembangan kreatifitas dan inovasi.

SIMPULAN

Data BPS menyebutkan bahwa pengangguran di Indonesia semakin mengawatirkan. Tercatat dalam kurun waktu 200-2007, pengangguran di Indonesia meningkat menjadi 10,04%. Bahkan tahun 2008 tercatat sebanyak 10,01 juta orang Indonesia sebagai pengangguran. Ditambah lagi dengan data yang menyatakan sekitar 600 hingga 700 ribu lulusan perguruan tinggi belum mendapatkan pekerjaan. Hal ini sangat mengawatirkan, karena masalah pengangguran berdampak memperlemah perekonomian Indonesia. Salah satu solusi untuk mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan ekonomi Indonesia adalah dengan menciptakan industri-industri mandiri.

Industri yang sedang populer adalah industri kreatif. Industri kreatif menjadi populer karena mulai tahun 2009 ditetapkan oleh pemerintah sebagai tahun industri kreatif. Industri kreatif itu meliputi 15 sektor kreatif, yaitu periklanan, seni rupa, desain, film, seni pertunjukan, riset dan pengembangan, TV dan radio, video game, arsitektur, kerajinan, mode (fashion), musik, penerbitan, software, serta games. Industri kreatif diajukan sebagai alternatif pengurangan pengangguran karena mampu

menaikkan produk domestik bruto (PDB) nasional secara signifikan. Setiap tahunnya, industri ini tumbuh sebesar 15%. Dari data statistik sepanjang tahun 2006, industri ini telah menyumbang 33,5% dari PDB. Angka ini setara dengan USD 77 miliar atau Rp 693 triliun dengan kurs Rp 9.000,00. Dan mampu menyerap 5,4 juta tenaga kerja yang tersebar di 22 juta perusahaan di Indonesia. Selain itu, industri kreatif mampu menyumbang PDB (produk domestik bruto) Rp 104,6 triliun atau 6,3% dari total PDB Nasional.

Dukungan untuk memajukan industri kreatif Indonesia datang dari berbagai pihak, antara lain akademisi, pemerintah dan masyarakat. Akademisi dapat mendukung berkembangnya industri kreatif dengan melakukan pembelajaran yang mengasah kreatifitas siswa, dan membekalinya dengan kemampuan dan pengetahuan kewirausahaan (*entrepreneurship*). Dukungan pemerintah juga sangat diperlukan untuk memajukan dan mendukung industri kreatif di Indonesia. Pemerintah meluncurkan program *Indonesian Design Power* (IDP) dan program pendukung untuk meningkatkan daya saing produk-produk Indonesia di pasar domestik maupun ekspor. Pemerintah juga mendukung dengan meluncurkan produk salah satu permodalan yakni permodalan ventura serta penggunaan dana *corporate social responsibility* (CSR) BUMN, dan didukung oleh

Departemen Perdagangan dan kementerian lainnya.

Industri kreatif sangat dekat dengan kawula muda, oleh karena itu diharapkan dukungan dari kawula muda untuk memajukan industri kreatif di Indonesia. Kreatifitas yang didukung dengan adanya mental *entrepreneur*. Industri kreatif akan berkembang dengan baik dan sukses jika didukung oleh 3 aspek, antara lain: inovasi, kreatifitas dan wirausaha.

REFERENSI

-, 2009, "*Industri Kreatif*",www. Kompas.com.
-, 2009, "*Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia Masa Depan*", harian umum pelita
- Erwin, 2009, "*Wirausahawan muda diminta pacu industri kreatif*", Jakarta: Bisnis Indonesia
- H. Eddy Jusuf, 2009, "*Peluang pasar industri kreatif*", www.tepasah.blogspot.com
- Mohammad amin kurniawan, 2009, "*Industri kreatif dan Potensinya*", www.pelita.com
- M. Hatta Rajasa, 2008, *Menggagas Sumber Daya Manusia Kreatif Dalam Membangun Bangsa di Masa Depan*, Jakarta: Buku Panduan Sekretaris Negara Indonesia.
- Prasanna Chandra. 2006. *Who want to be Entrepreneur ?* Jakarta : PT Prestasi Pustakaraya